



Todo lo que debes saber para implementar un Centro PACO
en tu colegio y en tu comunidad.

SAVE THE CHILDREN INTERNACIONAL
SAVE THE CHILDREN EN COLOMBIA

John Sullivan
Director

Marta Madrid Malo
Gerente de Operaciones de Programas

Odette Langlais
Coordinadora de Educación

Elisander Castro Pineda
Coordinador Regional de Educación

Irina Mago Cordido
Coordinadora de Comunicaciones
y Derechos de la Niñez

Fernando Ayala
Textos

Yenifer Poleo
Corrección de estilo

Reves Diseño Ltda.
Diagramación e impresión

ISBN 978-958-57590-0-8

Save the Children 2012
Primera edición

Save the Children 2014
Segunda Edición

Esta publicación se imprime dentro del convenio de cooperación suscrito entre Save the Children y Bvlgari, en el marco del proyecto Vive la Educación que se realiza bajo el convenio entre el Consejo Noruego para Refugiados, Save the Children y el Departamento de Relaciones Exteriores, Comercio y Desarrollo de Canadá DFATD.

Save the Children en Colombia
www.savethechildren.org.co
Teléfono: 571 – 7444867
Transversal 17 #45D-31, Bogotá D.C.

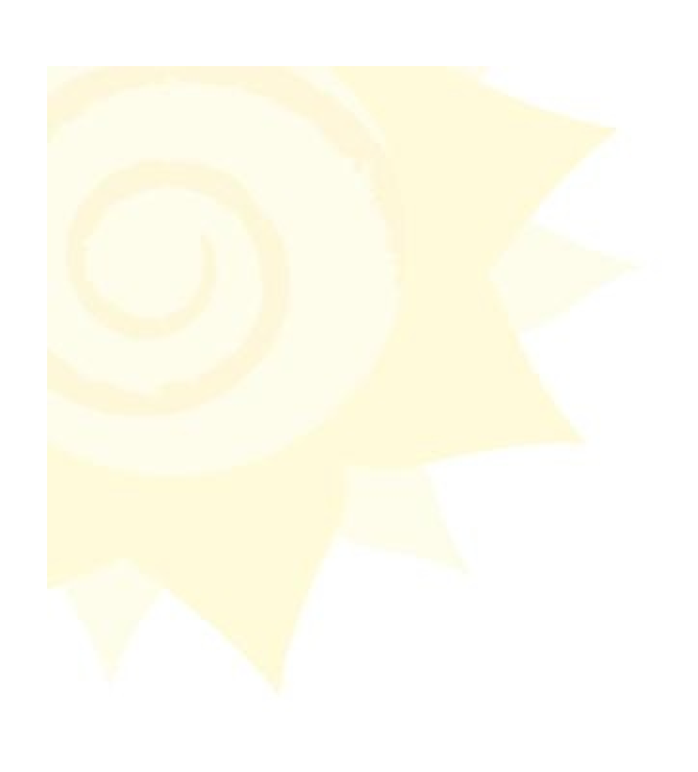









TABLA DE CONTENIDO





Introducción

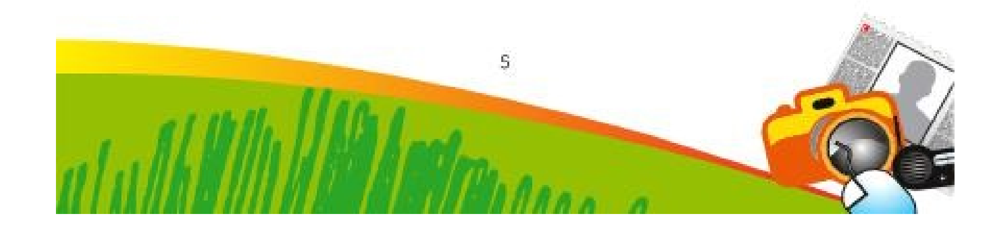
Los Centros de Participación y Comunicación (PACO) son una oportunidad para que los niños, niñas y jóvenes de Colombia que forman parte de los proyectos de Save the Children amplifiquen su voz, sean escuchados y puedan influir de manera permanente y positiva en la vida de sus familias, de sus colegios y de sus comunidades.

Esta cartilla tiene como propósito sembrar desde la niñez el interés por comunicar, por involucrarse en la cotidianidad del entorno y potenciar grupos de líderes que promuevan cambios en la vida social, escolar y personal.

Aquí se encuentran conceptos básicos sobre comunicación, medios de información y un punto de partida para crear productos que puedan ser expuestos en radio, televisión, prensa e Internet.

En Save the Children fomentamos el derecho a la participación de la niñez como un elemento clave en la construcción de planes, programas, estrategias y proyectos que afectan directamente las vidas de niños, niñas y jóvenes.

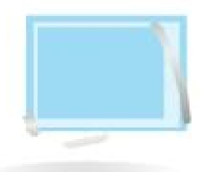
Todo es posible si aprendemos a comunicarnos, a hacer valer nuestro derecho a informar y buscar información de calidad: esa es la clave para mejorar nuestra vida y la de nuestra comunidad.







1. Comunicación y Participación en las comunidades educativas



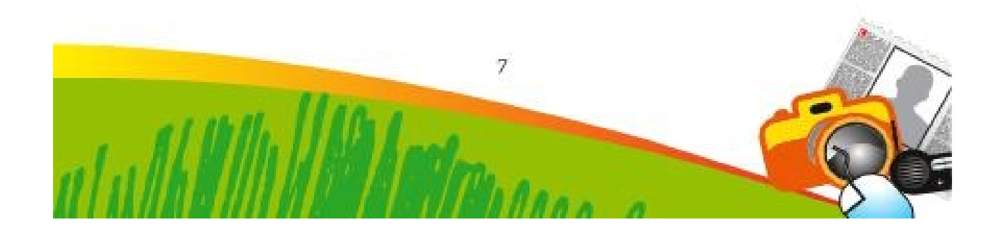
Por naturaleza, el ser humano siempre ha tenido la necesidad de comunicarse. Desde mucho tiempo atrás, cuando se desarrollaron los primeros lenguajes durante la evolución humana, todos y todas hemos asumido la comunicación como un proceso inevitable en nuestras vidas. Así podemos socializar, construir, establecer relaciones con los demás y, en general, desarrollar un proyecto de vida en sociedad.

Comunicarse, además de una necesidad propia de cada persona, permite a las sociedades escribir y contar su historia e informar al mundo sobre los inventos que revolucionan la vida de los seres humanos. Al comunicarnos participamos con diferentes herramientas y muy activamente en la vida social y política de las naciones y de nuestros territorios.

Todas las personas consumimos información a diario. Tú, tus compañeros y compañeras, tu familia y todas las personas que componen tu entorno, son usuarios de canales informativos que les mantienen enterados de la realidad.

Todos los días vemos televisión, leemos los periódicos, escuchamos la radio o navegamos en Internet; de esta forma, nos convertimos en audiencias y consumidores(as) de información.

En el colegio, tu participación y la de otros niños, niñas y jóvenes es vital, pues permite el desarrollo de procesos democráticos en cuanto a la toma de decisiones, mejora los procesos de aprendizaje y fortalece tus competencias ciudadanas como estudiante.



Por estas razones, hemos creado los Centros PACO (o Centros de Participación y Comunicación), para estimular tu opinión y el debate de los niños, niñas y jóvenes sobre situaciones que les afectan tanto a ti como a tu comunidad. Te invitamos a leer esta cartilla y a conocer herramientas que te ayudarán a participar activamente, ejercer tus derechos y aportar al desarrollo social de tu territorio.

PARTICIPA desde tu colegio, interésate por incidir política y culturalmente en tu comunidad, todo lo puedes lograr si usas bien la comunicación.

1.1. ¿Quién puede hacer comunicación?

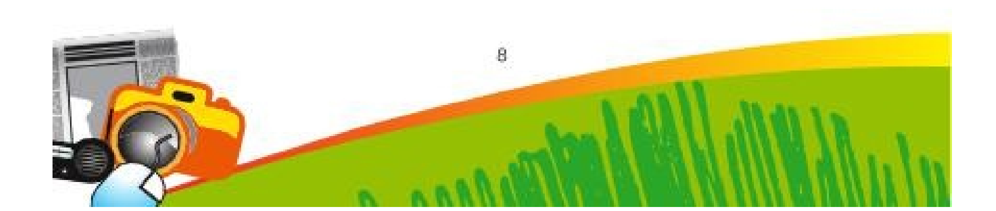
Todos y todas hacemos comunicación en nuestra realidad diaria y local. Cuando hablamos con compañeros en la escuela, en el trabajo, siempre estamos llevando a cabo procesos de comunicación.

Sin embargo, no siempre usamos la comunicación para participar en la vida pública de nuestra comunidad. Aún nos falta generar productos comunicativos, con los cuales atraer la atención de más personas en nuestro municipio o en el departamento, e influir en su conciencia.

Existen diversas herramientas mediante las cuales todos los ciudadanos pueden participar, incluso niños, niñas y jóvenes.

La comunicación es el instrumento perfecto para incidir en la vida de nuestra comunidad. Por ejemplo, si en nuestra institución educativa existe algún tipo de vulneración de un derecho a un niño, niña o joven, es nuestra responsabilidad comunicarlo a la comunidad educativa y tomar decisiones conjuntas que eviten cualquier tipo de injusticia.

No obstante, la comunicación no solo sirve para denunciar actos negativos. También los eventos, espacios de interacción, características, actividades que desarrollamos colectivamente y que traen avances positivos a nuestro territorio, son importantes y debemos mostrarlos a otras personas.



1.2. ¿Quién puede crear medios de comunicación?

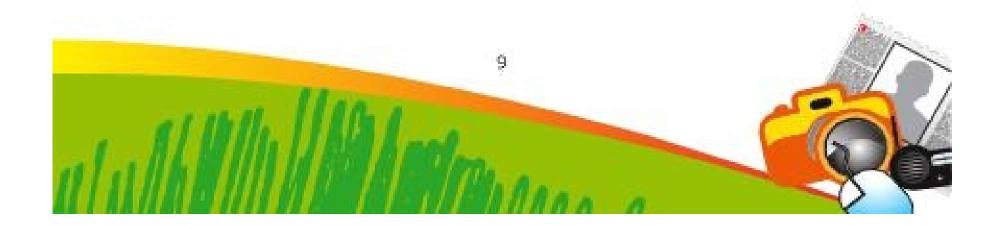
Existe la idea general de que solo los grandes grupos económicos pueden crear medios de comunicación para informar a las ciudades, naciones, continentes y al mundo entero, sobre hechos de actualidad o acontecimientos que necesitan ser tratados en profundidad.

En nuestro país existen empresas informativas que, en muchos casos, abarcan la mayoría de espacios en medios de comunicación. Sin embargo, por iniciativa del Estado y algunas organizaciones civiles, en los últimos años se han establecido nuevos espacios, nuevos canales de comunicación alternativa, que vinculan iniciativas de la comunidad y ofrecen otras opciones a las audiencias interesadas en hechos locales.

Muchas veces no nos interesan los noticieros o los programas de televisión que tratan hechos externos a nuestras realidades, pero sí nos atrae ver temas que nos involucran directamente, a nuestro barrio, a nuestro pueblo, a nuestro departamento. Estos contenidos nos dan la oportunidad de saber más sobre nuestra vida cotidiana en sociedad.

CON la comunicación podemos construir procesos en nuestro territorio, municipio o región y aportar al desarrollo social, político, urbano y humano. También podemos involucrar a más personas en la vida pública, pues todos y todas tenemos derecho a contar y a saber lo que pasa en nuestras comunidades y a participar en las situaciones que nos comprometan como ciudadanos.

Siempre tenemos historias para contar. Historias sobre la niñez o sobre lo que nos afecta en cada espacio donde vivimos; lo importante es que podamos contar esas historias que pueden ser interesantes para los demás.



1.3. ¿Podemos crear piezas comunicativas?

Todos podemos crear piezas comunicativas, solo hace falta conocer las técnicas. Pero sobre todo debemos pensar: ¿de qué nos sirve saber cómo contar, si no sabemos qué contar? Por eso nuestro insumo principal siempre serán las historias que nacen en nuestro barrio, en nuestro colegio, en nuestro municipio o en los lugares donde nos desempeñamos a diario.



Podemos crear productos para los principales medios de información que ya conocemos, la televisión, la radio, la prensa escrita o Internet (este último puede reunir los formatos de todos los anteriores). Con este fin debemos identificar los recursos que tenemos a disposición en nuestras instituciones educativas y así sacar el mayor provecho.

Por ejemplo, una grabadora nos puede dar la posibilidad de hacer un programa de radio, una cámara fotográfica nos permite realizar notas de prensa, una cámara de televisión ayuda a poner a prueba nuestra creatividad y contar historias por medios audiovisuales. No hay límite para crear.



2. ¿Qué es un Centro PACO?

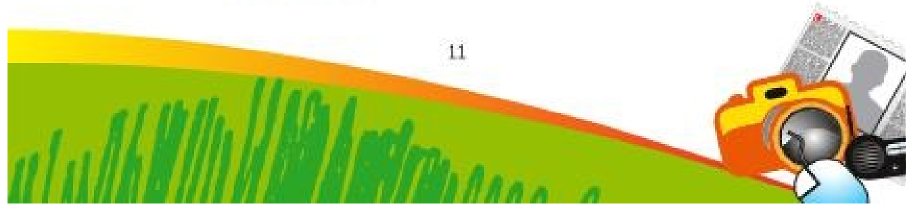
Este es un espacio constituido por niños, niñas y jóvenes, donde aprenden a utilizar herramientas de la comunicación para promover procesos de participación enfocados a los derechos de la niñez.

A partir de capacitaciones en prensa, radio y t.v. infantil y juvenil, quienes forman parte de los Centros PACO construyen productos que exhiben en las instituciones educativas, y muchas veces en sus comunidades, con el fin de compartir su experiencia con los demás estudiantes.

Los Centros de Participación y Comunicación (PACO) fortalecen las habilidades ciudadanas de expresión y lenguaje de los niños, niñas y jóvenes, y les permiten ejercer su derecho a participar en procesos de toma de decisiones dentro y fuera de la escuela. Así se genera un impacto positivo y real en otros ámbitos, se construyen ambientes de confianza y credibilidad, se fortalecen la incidencia política, el derecho, el cabildeo y la visibilidad en todos los espacios donde la voz de los niños, niñas y jóvenes debe estar presente.



UN Centro PACO es un lugar donde puedes aprender a construir productos comunicativos con el acompañamiento de tu comunidad, y así ejercer tu derecho a la participación real y efectiva.

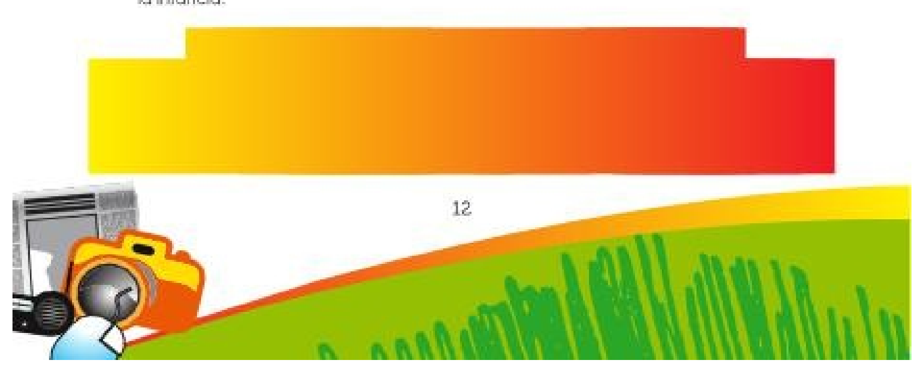


2.1. ¿Qué puedes aprender en un Centro PACO?

Producir piezas comunicativas para expresar tus opiniones sobre lo que ocurre en tu comunidad y en tu región.

- Aprender a desarrollar productos para prensa escrita, radio, televisión e Internet.
- Expresar tus opiniones y pensamientos para que las personas de tu comunidad tengan otra perspectiva sobre los hechos diarios, y cuál es la responsabilidad de autoridades y personas que toman las decisiones que afectan a tu comunidad.
- Hablar, escribir, leer y escuchar de una mejor manera, pues lo más importante aquí es comunicar y para comunicar tenemos que ser hábiles para emitir y para recibir información.
- Trabajar en equipo e incidir activamente en la vida de tu comunidad. Podemos enseñar a otros y otras que sí podemos propiciar cambios, solo hay que poner interés y voluntad.
- Dar a conocer tus iniciativas. Cada producto que realiza un Centro PACO debe ser expuesto ante las autoridades del municipio, los ciudadanos y ciudadanas, para lo que se aprovechan espacios y medios alternativos. Esto desarrolla un proceso de movilización que genera hábitos y buenas prácticas en la promoción y la protección de los derechos de la infancia.





2.2. ¿Cómo iniciar un Centro PACO?

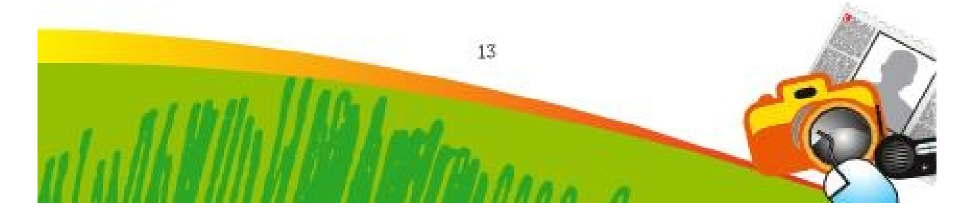
El insumo principal para construir un Centro PACO son las ideas. Muchas veces sentimos que no vale la pena exponer nuestro punto de vista por temor a no nos escuchen, sin embargo, con esta iniciativa puedes lograr resultados que no imaginas.

Un Centro PACO inicia con el compromiso de docentes y directivos de instituciones educativas con interés en construir dinámicas de participación por medio de la comunicación. Debe involucrar a niños, niñas y jóvenes que, voluntariamente, tengan el deseo de aprender sobre medios informativos.

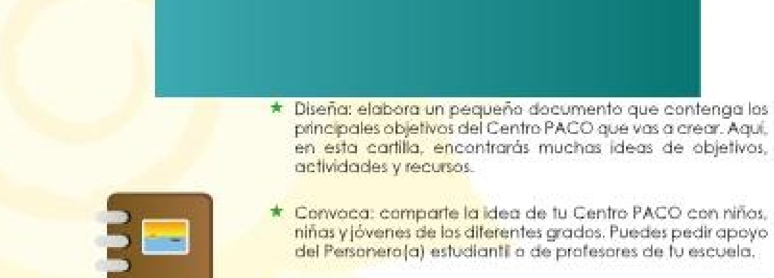
Lo primero es conocer conceptos básicos sobre comunicación, información, participación, derechos de la niñez e incidencia. Todas las actividades que se desarrollan en los Centro PACO tienen una base lúdica para aprender y enseñar mediante el juego y otras metodologías.

Estas actividades fortalecerán tus capacidades de liderazgo y las de otros niños, niñas y jóvenes. De esta forma podrás desarrollar herramientas de comunicación alternativa para la difusión de los mensajes y contenidos que identifiques y construyas en tu Centro PACO.





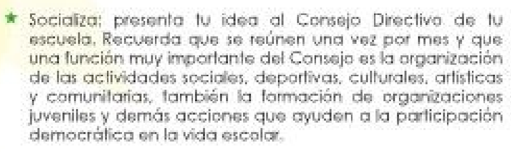
- Niños, niñas y jóvenes
- Docentes con conocimientos en comunicación
- Madres y padres de familia
- Directivos



- Diseña: elabora un pequeño documento que contenga los principales objetivos del Centro PACO que vas a crear. Aquí, en esta cartilla, encontrarás muchas ideas de objetivos, actividades y recursos.

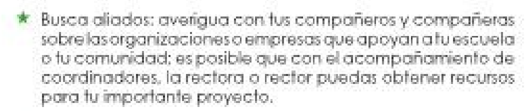


- Convoca: comparte la idea de tu Centro PACO con niños, niñas y jóvenes de los diferentes grados. Puedes pedir apoyo del Personero(a) estudiantil o de profesores de tu escuela.

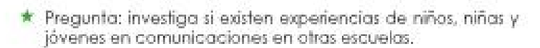


- Socializa: presenta tu idea al Consejo Directivo de tu escuela. Recuerda que se reúnen una vez por mes y que una función muy importante del Consejo es la organización de las actividades sociales, deportivas, culturales, artísticas y comunitarias, también la formación de organizaciones juveniles y demás acciones que ayuden a la participación democrática en la vida escolar.

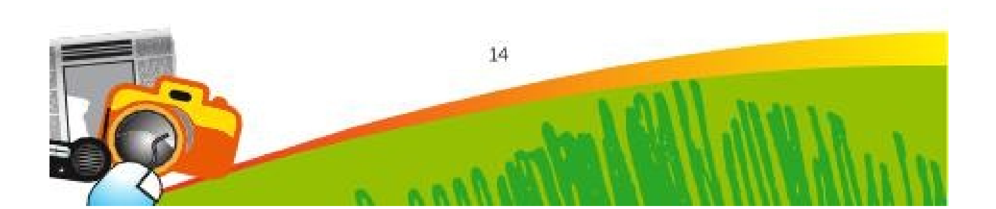




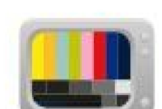
- Busca aliados: averigua con tus compañeros y compañeras sobre las organizaciones o empresas que apoyan a tu escuela o tu comunidad; es posible que con el acompañamiento de coordinadores, la rectora o rector puedas obtener recursos para tu importante proyecto.

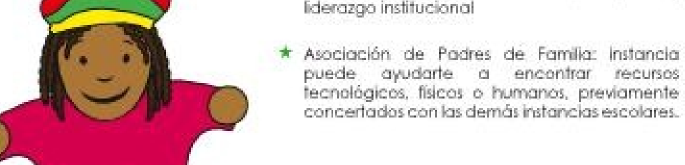


- Pregunta: investiga si existen experiencias de niños, niñas y jóvenes en comunicaciones en otras escuelas.



Una persona inspiradora de respeto, autoridad moral e intelectual ante los (las) estudiantes, que se interese por articular procesos de lectura y escritura, componentes de democracia y participación de niños, niñas y jóvenes, o que lleve a cabo acciones comunitarias desde la escuela. Debe tener inquietud por los procesos de comunicación y también debe comprender que las dinámicas de los medios escolares son muy diferentes a las de «producción industrial» de los medios masivos. Un docente PACO debe tener un mínimo conocimiento técnico y operativo, basado en el uso de la tecnología. Otros actores que podrían vincularse a tu Centro PACO son:



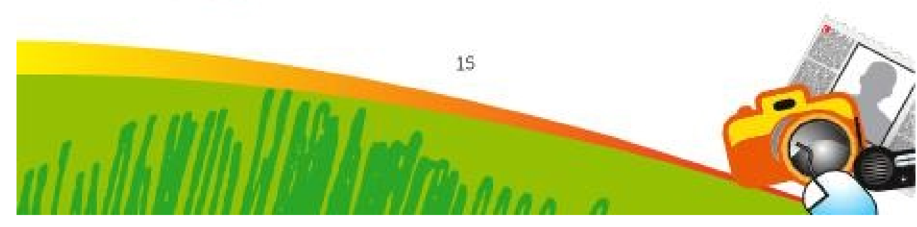




- Directivos (coordinadores, rectores y directores); su participación es muy importante pues pueden ayudar con los espacios físicos, recursos tecnológicos y alianzas con otras instancias de la organización escolar.

- Docentes: los profesores (especialmente los encargados de las áreas de español, democracia o idiomas) pueden ser excelentes aliados. Su ayuda será importante para fortalecer los contenidos desarrollados en el PACO. Sin embargo, puede ser cualquier docente o grupo de docentes comprometidos con los colectivos de comunicaciones, siempre que tengan bastante afinidad, respeto y liderazgo institucional

- Asociación de Padres de Familia: instancia puede ayudarte a encontrar recursos tecnológicos, físicos o humanos, previamente concertados con las demás instancias escolares.



Es importante reconocer que en el Gobierno Escolar tienes una gran oportunidad para gestionar recursos, realizar actividades y conseguir información sobre los sucesos, decisiones y noticias de interés para toda la comunidad académica.

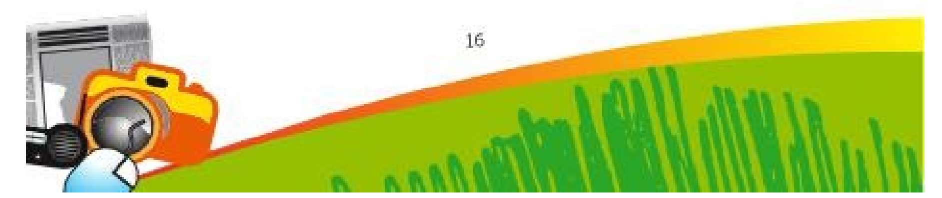
El Gobierno Escolar está formado por:



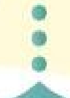
- El Consejo Directivo: es el encargado de tomar las decisiones sobre el funcionamiento institucional, planear el PEI, el currículo y el plan de estudios, adoptar el manual de convivencia, resolver conflictos entre docentes y directivos con estudiantes.

- El Consejo Académico: es el responsable de la organización, orientación pedagógica, ejecución y mejoramiento continuo del plan de estudios. También revisa, hace ajustes al currículo y participa en la evaluación institucional anual.





Como complemento de las instancias que acabamos de mencionar, los Centros PACO pueden fomentar la participación de niños, niñas y jóvenes en procesos que afectan el desarrollo de tu escuela y tu comunidad. A continuación, te recordamos algunos de esos procesos realizados en todas las escuelas oficiales de nuestro país:



Autoevaluación Institucional

ES el proceso mediante el cual nuestro colegio identifica sus fortalezas y oportunidades para construir un plan que permita mejorar muchos aspectos de la educación. El Centro PACO puede aportar muchos elementos de gran valor, por ejemplo, cuáles son las necesidades de los y las estudiantes, además, seguir atentamente el desempeño de rectores, docentes y funcionarios administrativos, y cuidar que la institución educativa rinda cuentas a la comunidad.

Resignificación del PEI

LA resignificación del Proyecto Educativo Institucional (PEI) es un proceso liderado por la rectora o rector y el Consejo Directivo. Busca actualizar y mejorar el contenido de cada componente de los procesos de aprendizaje. Los Centros PACO ayudan a fomentar y garantizar la participación de todos los integrantes de la comunidad educativa.

Diseño PMI

EL Plan de Mejoramiento Institucional (PMI), es un conjunto de medidas establecidas por la rectora, el rector o director y todo su equipo para transformar los objetivos estratégicos de la institución y aumentar la calidad de la educación. Los Centros PACO podrían aportar al investigar sobre los procesos relativos al desarrollo del PMI. En este espacio los niños, niñas y jóvenes pueden informar, desarrollar campañas y permitir que la comunidad educativa conozca cuáles son las principales necesidades de la niñez en el colegio.





2.3. ¿Cuál es la ruta del Centro PACO?

1. Debe nacer en tu escuela como un espacio voluntario que cuente con el apoyo de la comunidad educativa y debes buscar que sea conocido en la institución.

2. Un Centro PACO debe estar apoyado por las directivas de la institución y debe contar entre sus participantes con, al menos, un docente que coordine las actividades. De esta forma se garantiza el acompañamiento de adultos que puedan asumir responsabilidades en la iniciativa.

3. Es necesario identificar los recursos existentes en tu escuela para crear un Centro PACO. Averigua si hay emisora estudiantil, cámaras, grabadoras y computadores, para utilizarlos de manera responsable, de acuerdo con las políticas institucionales para su uso.

4. La convocatoria debe realizarse en toda la institución educativa, es decir, incluye primaria, media y secundaria. Todos y todas pueden ser parte de un Centro PACO.

5. Hay que establecer horarios fuera de la jornada curricular. Las actividades del PACO no deben interrumpir los estudios de ningún participante, ni ser argumento en caso de bajo rendimiento escolar.

6. Cada año el Centro PACO debe estar formado por menos de 30 personas comprometidas y que asistan de manera regular a las jornadas de formación.

7. Debes contar con un espacio en tu institución educativa para trabajar en las jornadas del Centro PACO. Lo mejor es que cuente con herramientas tecnológicas como computadores con conexión a Internet. Así será mucho más fácil el aprendizaje.

8. Los talleres deben durar mínimo dos horas por jornada y máximo ocho horas.

9. Puedes invitar a otras personas con experiencia en medios de comunicación para que cuenten sus historias exitosas.

10. Trabaja de forma sistemática y organizada; divulga tus productos y comparte las experiencias con otros procesos similares. De esta forma siempre estarás alimentando el trabajo de tu Centro PACO.

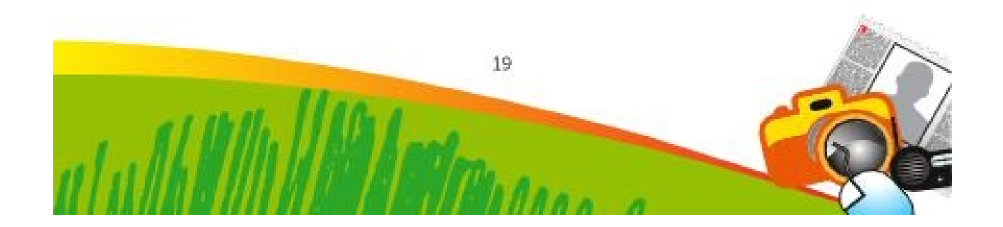




2.4. ¿Cuáles historias puedes contar desde el Centro PACO?

Nuestra realidad es como un infinito paisaje, rebosante de colores, de formas, de seres vivos y por supuesto de acontecimientos que son el resultado de la interacción entre las personas; supón que te gusta pintar paisajes y te das cuenta de que no es posible pintar todo lo que ves como lo ves o como quisieras, por tanto, debes concentrarte en algunos elementos.

Con el ejemplo del paisaje puedes identificar una base para contar tus historias: no necesitas contar todo lo que ves, sería imposible, solo escoge lo que te parezca de interés para tu comunidad. Piensa en situaciones relevantes, en hechos pasados, en personas clave que hayan ayudado a tu entorno, o en lo que podría ser positivo para tu comunidad. Eso sí, todo lo que cuentes debe ser preciso y coherente.



- Identifica acontecimientos que sean de interés general; es decir, que lo que puedas contar le sirva a otras personas.
- Despierta tu olfato periodístico: busca en tu localidad sucesos nuevos, diferentes, necesarios o que te parezca importante compartir.
- Nunca pierdas de vista que construir un contenido informativo depende en buena medida de tu capacidad para conseguir toda la información posible, es decir, mediante testimonios, cifras, documentos, etc.
- No esperes que los acontecimientos lleguen a ti. Sal a buscar la información, conoce tu localidad.
- Procura construir tu propia red de fuentes de información, con seguridad luego te proveerán nuevos insumos para tus piezas.
- Consulta otros medios de información. Así puedes alimentar tu creatividad, pero sobre todo, aprender como presentar a tu público tus propios productos informativos.

Puedes informar acerca de lo que sucede en la vida de los niños, niñas y jóvenes de tu municipio o región, por ejemplo, sus actividades favoritas, oportunidades para aprovechar el tiempo libre, deportes, festivales, etc. También encuentra historias sobre cómo se transforma la vida de la niñez en nuestros territorios a partir de actividades en el colegio con las familias. Otros temas pueden surgir de la interacción de docentes y estudiantes sobre los proyectos que implementa la institución educativa o incluso sobre procesos que lidera la rectora o rector para mejorar la educación.

Sería interesante hacer seguimiento a los procesos que se estén desarrollando en tu comunidad educativa: en qué se invierte el presupuesto, cuáles son los planes que tiene la directiva para aumentar la calidad de la educación y muchos más.

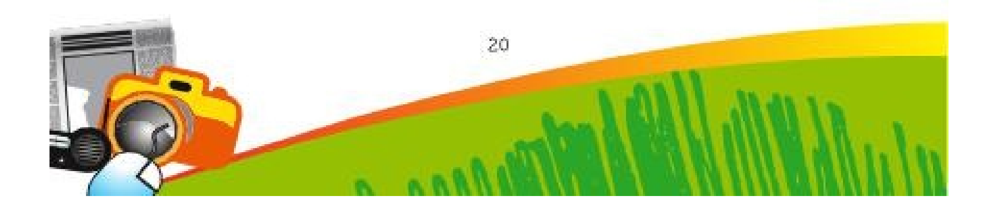
2.5. ¿Qué comunicar?

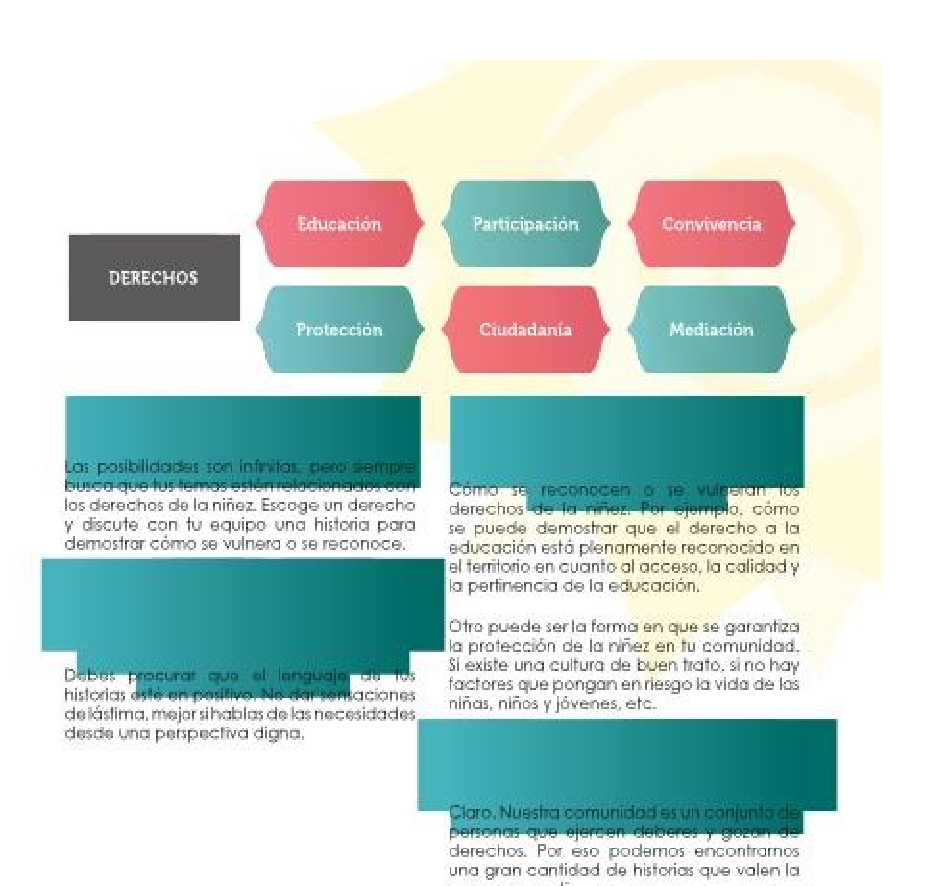
Lo esencial es que la selección de los temas cuente con la participación de los niños, niñas y jóvenes que forman parte del Centro PACO. Nuestros productos comunicativos siempre deben contar con el enfoque, la perspectiva y la opinión de la niñez que vive en nuestro territorio.

Los temas siempre deben tener impacto en la comunidad, aunque algunos deben ser abordados con mucho tacto: por ejemplo, un niño o niña que vive una situación de maltrato, puede ser un hecho de interés común pero debe ser tratado con precaución.

No siempre las noticias son hechos negativos, también podemos destacar hechos positivos que benefician a la niñez de nuestra región. Un festival de bandas, una presentación teatral, un concierto, una exhibición de deportes extremos, son eventos de interés común que atraen la atención de muchas personas. De igual manera, la formación de los docentes mediante cursos o seminarios es un aspecto positivo y además podrías generar opiniones sobre eso.

Siempre ten en cuenta al construir los productos informativos que los personajes principales son los niños, las niñas y los jóvenes, y cómo sus derechos son reconocidos o vulnerados. La opinión de adultos y demás personas de la comunidad debe ser escuchada. Muestra sus posiciones acerca de las circunstancias que afectan a la niñez.





Las posibilidades son infinitas, pero siempre busca que tus temas estén relacionados con los derechos de la niñez. Escoge un derecho y discute con tu equipo una historia para demostrar cómo se vulnera o se reconoce.



Debes procurar que el lenguaje de las historias esté en positivo. No dar sensaciones de lástima, mejor si hablas de las necesidades desde una perspectiva digna.

Cómo se reconocen o se vulneran los derechos de la niñez. Por ejemplo, cómo se puede demostrar que el derecho a la educación está plenamente reconocido en el territorio en cuanto al acceso, la calidad y la pertinencia de la educación.

Otro puede ser la forma en que se garantiza la protección de la niñez en tu comunidad. Si existe una cultura de buen trato, si no hay factores que pongan en riesgo la vida de las niñas, niños y jóvenes, etc.

Claro. Nuestra comunidad es un conjunto de personas que ejercen deberes y gozan de derechos. Por eso podemos encontramos una gran cantidad de historias que valen la pena compartir.

2.6. ¿Qué es una fuente de información?

Generalmente acudimos a otras personas o a los libros cuando no tenemos conocimiento sobre algún tema específico. Una fuente de información es el referente que podemos consultar cuando necesitamos saber más e informar sobre algún hecho o noticia.

Por ejemplo, si queremos informar acerca de un grupo de niños, niñas y jóvenes que se encuentra en medio de un conflicto, hay que conocer de antemano el suceso, es decir, primero consulta con representantes del grupo afectado. También, busca la opinión de la comunidad que está involucrada en el hecho, y así podemos acudir a las autoridades para indagar más sobre la situación. Vale entrevistar a personas de las familias de los implicados.

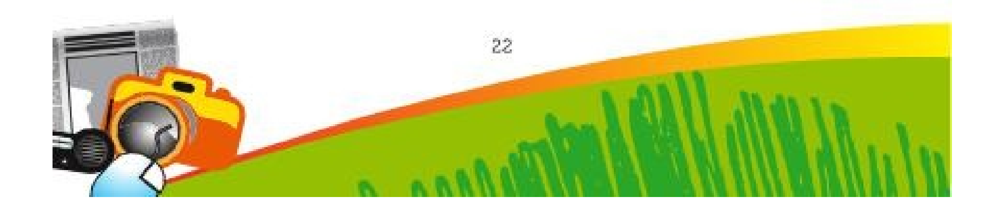
También existen fuentes oficiales. Estas son las entidades públicas de nuestro municipio o región como la Alcaldía, el Concejo Municipal, la Biblioteca, el Hospital, entre otras. Allí podemos consultar información valiosa sobre datos estadísticos de nuestro territorio, proyectos existentes para el beneficio de la niñez, oportunidades para educación, salud y mucho más.

Todos y todas podemos acceder a la información oficial puesto que es de uso público. Siempre que necesitemos consultarla, hay que buscar información sobre los procedimientos o requisitos, como si hay que pedir cita, hacer gestión para acceder a documentos, propiciar encuentros para entrevistas y otros más.

TODOS los puntos de vista importan:

Ten en cuenta que para poder exponer un suceso o noticia de forma imparcial hay que contar siempre con la versión de los y las responsables y afectados(as); la opinión o punto de vista de una sola persona no contiene todos los elementos que necesitamos para construir la historia. La imparcialidad es muy importante, así que indaga y consulta a todos los participantes en el hecho.

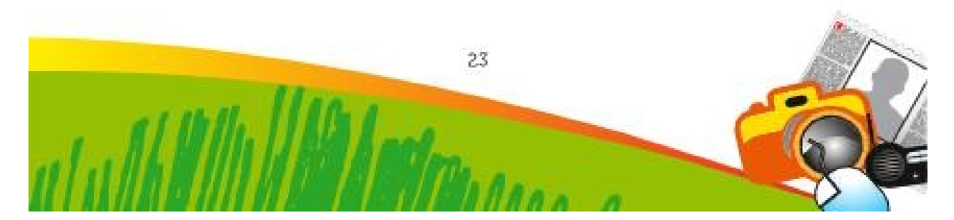
SI tienes la intención de entrevistar a una personalidad pública para tus productos informativos, ten en cuenta siempre que es necesario gestionar previamente la reunión. Pide la cita con tiempo, prepara muy bien tus preguntas y deja claro el objetivo de tu entrevista.



3. Diez reglas de oro de cada Centro PACO

1. Somos niños, niñas y jóvenes que constituimos un canal de información para nuestra comunidad, por eso informamos en función de nuestra cultura, nuestras necesidades locales, nuestro idioma y nuestra identidad.
2. Somos imparciales ante todas las situaciones que afectan la percepción de la niñez, por tanto, hacemos aportes objetivos a cada circunstancia tratada en nuestros productos comunicativos.
3. No participamos en política, ejercemos control sobre las propuestas y las iniciativas de los gobiernos y los movimientos locales, pero no formamos parte de ninguna corriente partidista o tendencia.
4. Respetamos las diferencias religiosas. Somos inclusivos(as) con todo tipo de ideologías.
5. Combatimos todo tipo de discriminación. Los estigmas y la discriminación son aspectos sociales que nos interesa rechazar mas no replicar ni alimentar.







6. Los temas, enfoques y tratamientos de las problemáticas nacen de la voz de niñas, los y las jóvenes; por eso somos un Centro de Participación y Comunicación que los representa.

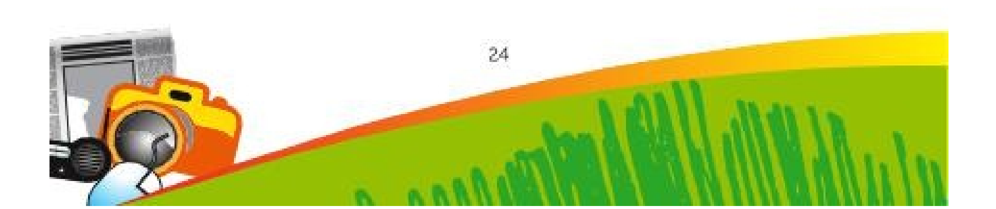
7. Somos conciliadores, mediadores y observadores de la realidad que afecta a la infancia de nuestras comunidades, sin pelear y con respeto a las diferencias.

8. Somos un ejemplo en nuestra comunidad educativa. Somos facilitadores de paz y creemos que la violencia es dañina para todos y todas. Mantenemos un buen nivel en nuestros estudios para ser parte del Centro PACO.



9. Siempre investigamos, no esperamos que los hechos vengan a la puerta de nuestro Centro PACO; por eso siempre observamos y documentamos.

10. Somos una fuerza que moviliza: participamos para transformar; somos niños, niñas y jóvenes comprometidos con el mejoramiento y el desarrollo de nuestras comunidades en todos los sentidos. Por eso escuchamos y exigimos que nos escuchen.



4. ¿Cómo incidir en la comunidad desde el Centro PACO?

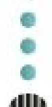
Nuestros contenidos deben tener siempre un propósito determinado. Generalmente deben estar compuestos de forma tal que sean atractivos para las personas que hemos definido como nuestro público objetivo y que las invite a conocer las problemáticas de la niñez. Así, juntos es posible mejorar prácticas para el reconocimiento de tus derechos.

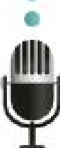
Construye mensajes para generar un impacto en la conciencia de tu audiencia y de esta forma fomentar cambios.

Ten en cuenta que es imposible saber quién te lee, quién te escucha y cuál es el alcance de tu información. Por eso te hemos dado estas claves para crear los contenidos de tus productos PACO.

Puedes exponer tus mensajes en múltiples medios donde la comunidad pueda conocerlos. Esta es una pequeña lista, descubre nuevos sitios para difundir tus productos:

- Boletines de prensa
- Mensajes de texto a celulares
- Pancartas
- Periódicos
- Volantes
- Programas de radio
- Programas de radio o televisión
- Sermones
- Eventos públicos
- Ruedas de prensa
- Afiches
- Páginas de internet
- Debates públicos
- Asambleas y reuniones de rendición de cuentas
- Transporte público





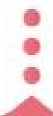


Escribe o reporta con mensajes breves, de fácil comprensión, con un lenguaje y enfoque adecuados, que puedan ser apoyados por el testimonio de una persona influyente, reconocida y con credibilidad en el territorio, que invite al cambio o a difundir los derechos de niños, niñas y jóvenes en la región.

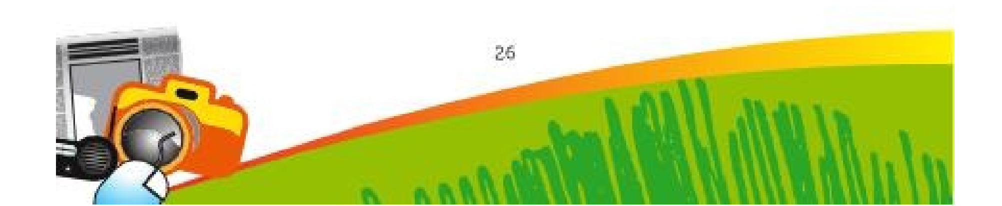
Si bien tus mensajes para hacer incidencia en el territorio han de ser cortos, deben incluir la visión de todas las personas de la comunidad. Usa tu creatividad. Tus productos deben ser pertinentes, es decir, relacionados con problemáticas que identifiquen a todos y a todas y que logren despertar la sensibilidad del público.

Muestra historias de vida de niños, niñas y jóvenes que junto a sus familias hayan transformado su vida al ejercer sus derechos y participar en los espacios de su comunidad.

Incidencia es...



LOGRAR un cambio al influir en la conciencia de otras personas. También es transformar nuestro entorno de forma positiva al involucrar a todas las personas de la comunidad. Nuestros mensajes tienen alcances que no maginamos. Lo importante es innovar, ser originales y proponer. La comunicación es la principal herramienta a la hora de hacer incidencia. Un mensaje bien construido logrará el compromiso de muchas personas.



5. Haz que tu Centro PACO perdure

Construir un Centro PACO es un compromiso con un alto grado de responsabilidad. Si quieres impulsar un proyecto de movilización que incluya la participación de ciudadanos y ciudadanas en los medios de comunicación, debes ser perseverante y organizar tus tiempos.

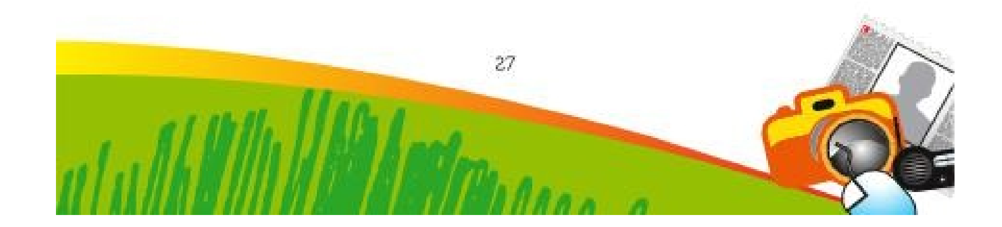
Un Centro PACO debe trascender a sus integrantes y reconocer al proceso de su formación como protagonista. Cuando fundas un PACO en tu escuela debes tener en cuenta a otros niños, niñas y jóvenes que quieran iniciar su aprendizaje sobre medios de información, expresión y otras habilidades que aquí se pueden conseguir.

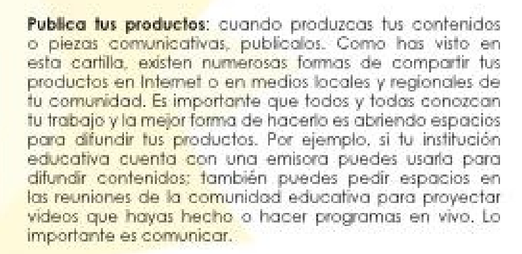
Puedes aprender técnicas para realizar productos comunicativos, para mejorar tus capacidades para expresarte y relacionarte con otras personas, para mediar conflictos, leer e interpretar textos y para escribir mejor. Por esta razón, un niño o niña que sepa leer y escribir puede ser parte del PACO y aportar mucho a sus contenidos.

Sin embargo, ¿cómo hacer para fortalecer nuestro Centro PACO de tal manera que perdure en el tiempo? Aunque no es sencillo, puedes lograrlo si tomas en cuenta las necesidades y las oportunidades que hay en tu institución educativa o en tu comunidad. Te damos estas claves para que puedas gestionar la sostenibilidad y permanencia de tu Centro PACO.

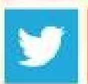


Documenta todo: conserva evidencias de los productos que realices, archiva todos los materiales que recolectes, estos serán de importancia para la comunidad y para demostrar la calidad con que son construidos los productos. De esta forma puedes argumentar ante los directivos, autoridades y la comunidad educativa en general la necesidad de sostener el Centro PACO y fortalecerlo año tras año.







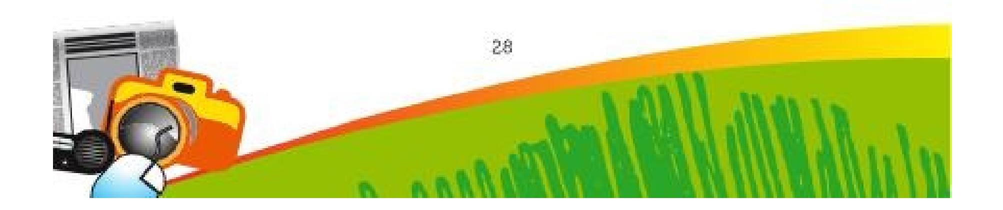


Publica tus productos: cuando produzcas tus contenidos o piezas comunicativas, publícalos. Como has visto en esta cartilla, existen numerosas formas de compartir tus productos en Internet o en medios locales y regionales de tu comunidad. Es importante que todos y todas conozcan tu trabajo y la mejor forma de hacerlo es abriendo espacios para difundir tus productos. Por ejemplo, si tu institución educativa cuenta con una emisora puedes usarla para difundir contenidos; también puedes pedir espacios en las reuniones de la comunidad educativa para proyectar videos que hayas hecho o hacer programas en vivo. Lo importante es comunicar.



Construye semilleros PACO: la constitución de semilleros es la alternativa más efectiva que tenemos para darle fuerza y vigencia a nuestro Centro de Participación y Comunicación, pues garantiza que siempre habrá un capital humano y social en nuestra institución educativa con conocimientos para sostener el trabajo de nuestro PACO; un semillero no es más que un punto de partida para niños, niñas y jóvenes que quieran aprender para involucrarse más adelante en las producciones de nuestro PACO.

Antes hablábamos de la importancia que tiene la participación de niños, niñas y jóvenes de diferentes edades para empezar el aprendizaje en todos los aspectos en los que forma el Centro PACO. Un Semillero PACO permite que cada año la iniciativa se fortalezca con el impulso de las y los más pequeños que se forman en estrategias y conceptos sobre expresión, participación, comunicación, información e incidencia. Ellos y ellas pueden asistir a los talleres, aportar en funciones de menor responsabilidad de la producción e incluso pueden participar en los espacios de aporte de ideas y definición de los temas.



Debes tener en cuenta algunos aspectos clave a la hora de escoger a los niños, niñas y jóvenes que quieren hacer parte de un semillero.

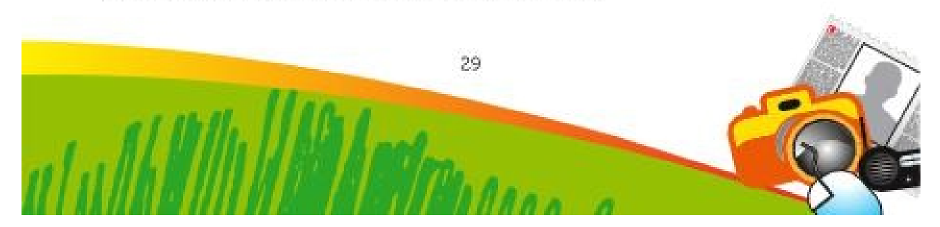
1. Dile no a la discriminación. Todas las personas tenemos el mismo derecho de ser parte de un Centro PACO.
2. Explora si tiene interés por aprender sobre comunicación y participación.
3. Debe ser menor de 14 años. Si es mayor de esta edad debe sumarse al Centro PACO, no al semillero.
4. Debe saber leer y escribir, como norma mínima para involucrarse en el PACO.

5.1. Construye un plan de acción para garantizar la sostenibilidad

A veces necesitamos conocer muy bien el camino antes de empezar a recorrerlo; sin embargo, cuando es desconocido podemos hacerlo mediante un mapa o un elemento que nos facilite la ubicación. De igual manera funciona un plan de acción para que tu Centro PACO dure mucho tiempo.

Cuando desarrollamos una herramienta como esta hay que poner atención a todas las posibilidades que nos ofrece el entorno y las fortalezas que hemos descubierto en nuestro trabajo en los centro PACO. Básicamente, debemos identificar los pasos que vamos a dar y delimitar muy bien las acciones con fechas y lugares específicos. Por ejemplo, si definiste un plan de acción para el mes, puedes dividirlo por semanas y determinar un resultado para cada una.

De igual forma, en el plan de acción es necesario describir cuáles serán nuestras estrategias para cada gestión. Una estrategia podría ser establecer reuniones con el rector de nuestra escuela (con el fin de lograr su apoyo para la continuidad); o también podría ser visitar otros PACO con más experiencia para conocer sus casos exitosos. Como decidas hacerlo siempre debes tener en cuenta que ningún proceso se mueve por su cuenta, necesita siempre del compromiso y la responsabilidad de las personas involucradas.



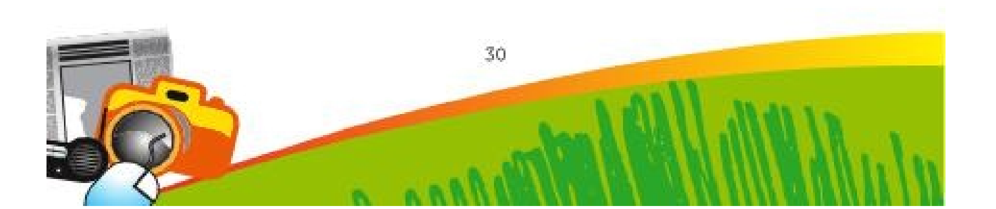


- Gestiona recursos en los planes de desarrollo de tu institución educativa para mejorar las condiciones de tu Centro PACO, como conseguir equipos, por ejemplo.
- Mantén informada a toda la comunidad sobre los avances, logros y resultados del Centro PACO. Así el centro será parte fundamental y será tomado en cuenta en los proyectos de la comunidad.
- Conoce y visita otras experiencias similares para aprender nuevas estrategias para el trabajo de tu Centro PACO.
- Fortalece tus semilleros, de esta forma el PACO siempre contará con un gran equipo.
- Construye alianzas con medios de información local o regional, para que puedas difundir con mayor amplitud tus productos.
- Fortalece los canales en Internet del Centro PACO porque puede ser de gran utilidad. Recuerda que son gratis y llegan a cualquier lugar del mundo.
- Busca alianzas con fundaciones, cooperación internacional, centros de investigación o universidades (facultad de comunicación, humanidades, ciencias sociales). Puedes aprender mucho y consolidar tu iniciativa.

5.2. Establece redes y alianzas

Conocer otras experiencias para fortalecer tu centro PACO puede ser un gran aprendizaje y puede generar ayuda recíproca. También explora y encuentra cuáles otras entidades, instituciones o personas en tu comunidad pueden fortalecer tu Centro PACO.

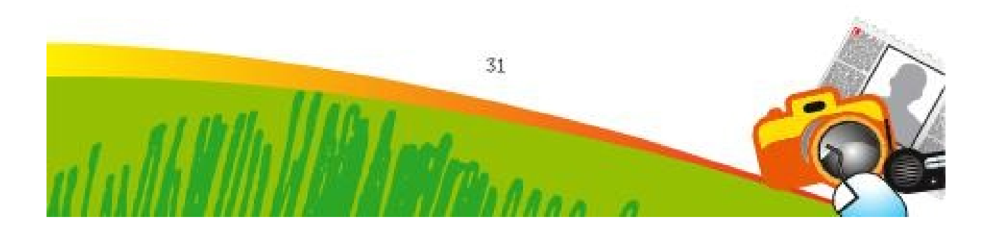
- Gobierno
- Asambleas municipales
- Medios de comunicación
- Colegio
- Familias



6. Claves para los talleres de tu Centro PACO

Cuando inicias el trabajo en tu Centro PACO deberás hacerlo mediante talleres de formación, con prácticas lúdicas que den la posibilidad a cada persona que se vincula de interesarse en aprender a usar las herramientas y técnicas. Así podrás garantizar no falte a las capacitaciones.

Hay que motivar de forma permanente a cada integrante del equipo, mediante actividades que sean divertidas y estimulantes para que el Centro PACO sea un espacio agradable que promueva prácticas de buena convivencia y aprendizaje.



- Presentación: cada integrante debe contar quién es, de dónde viene, por qué está ahí, qué expectativas tiene, qué quiere aprender y otras cosas que quiera contar.
- Cuéntales qué es el PACO, hazlo de forma breve tal como lo aprendiste en esta cartilla.
- Anuncia tu plan trabajo: describe al equipo qué se va a hacer durante el periodo de trabajo del Centro de Participación y Comunicación, esto es de gran importancia.
- Apóyate en la cartilla de actividades para lograr la integración de quienes participan. De esta manera generas un ambiente de compañerismo y solidaridad.



* Establece acuerdos previos: se puede construir en conjunto un reglamento interno basado en el Decálogo de los Centros PACO que encontraste aquí.

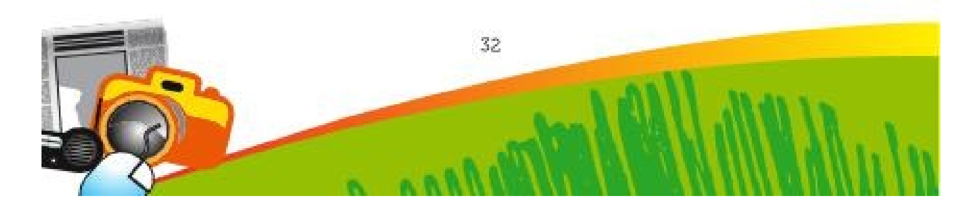
* Define horarios y compromisos: es necesario que desde el principio identifiques cuáles son los mejores momentos para trabajar en el PACO; recuerda que no debe afectar la cotidianidad escolar de estudiantes ni de docentes.

* Define el lugar donde operará el Centro PACO. Así siempre sabrán los integrantes donde será el espacio para trabajar.

* Define como líderes del Centro PACO a quienes tengan alguna experiencia en este tipo de actividades. Así podrán impulsar a otros que aún no han tenido la oportunidad de experimentar un trabajo parecido al que propones.

* Muestra otras producciones: muestra productos realizados en otros PACO. Esto no solo puede servir de orientación sino de inspiración.





7. Conceptos y técnicas

7.1. Géneros periodísticos para crear tus historias

Se basa en el relato de un suceso importante que acaba de suceder, que hasta ahora se conoce o que está por ocurrir. Es importante que el hecho sea actual y novedoso. Puede ser el recuento de cualquier evento sobresaliente y por sí mismo debe tener originalidad, novedad, impacto y trascendencia para tu público. Dale preferencia a lo que esté más cerca de tu comunidad, bien por proximidad geográfica o por la cantidad de personas o lugares implicados.

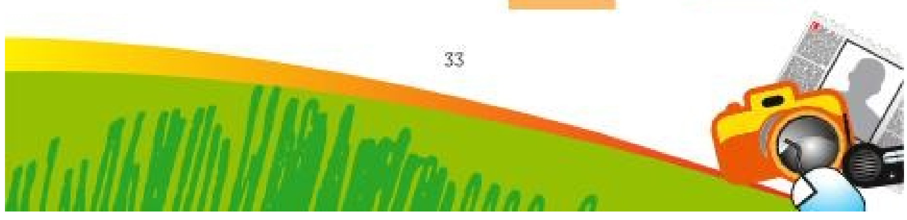
Algo que ocurre en mi localidad es mucho más relevante para mis lectores, oyentes o televidentes que un suceso de otra ciudad. Sin embargo, si lo ocurrido en otro lugar tiene resultados de alta magnitud o si tiene efecto sobre tu entorno, no dudes en compartirlo.

En la época de tus abuelas y abuelos, las noticias circulaban de forma lenta, en especial, si vivían en zonas lejanas. Por ejemplo, la radio era más rápida que la televisión o la prensa, sin embargo con la aparición de Internet, todo cambió.

Internet ha dado la oportunidad a más personas en el mundo de transmitir información en tiempo real sin importar si pertenecen a un medio o una cadena. Por medio de la red cualquier ciudadano puede informar e informarse permanentemente sobre hechos y novedades que ocurren en su ciudad, en su país o en el mundo.

Ahora bien, para escribir o reportar una noticia por cualquier medio de información debes recopilar las repuestas a todas estas preguntas periodísticas:





Posiblemente a nuestro alrededor existen miles de historias, relatos y cuentos que se han quedado en las palabras de sus contadores y las has conocido mediante la tradición oral. Estas narraciones tienen un principio, un nudo (o centro) y un final. Algunas definiciones dicen que el concepto de crónica proviene del latín chronicus, que se refiere a una forma de escritura para registrar los hechos y los acontecimientos en orden cronológico.



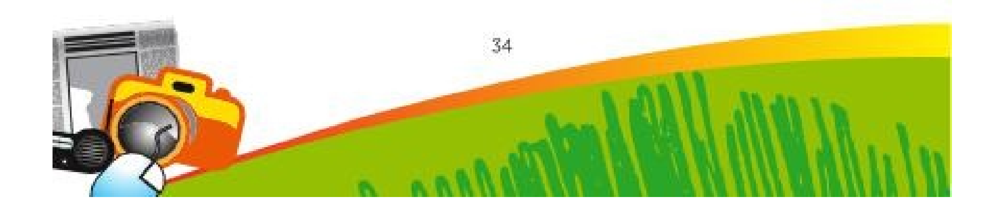
La crónica periodística es el género que permite a periodistas, artistas o cualquier persona con talento para escribir, plasmar historias sobre la comunidad o temas de interés general mediante elementos literarios que enriquezcan la narración.

La característica más importante de la crónica periodística es la descripción detallada y cronológica de los hechos o situaciones. Como todos los demás géneros del periodismo, la crónica tiene como misión primordial informar sobre aspectos novedosos y de actualidad.

Si te gusta investigar, profundizar y recopilar información sobre diversos temas, este género te da la oportunidad de hacerlo. El reportaje es una de las mejores expresiones del periodismo investigativo, pues da la posibilidad a las audiencias de conocer más datos, más hechos y más información sobre un tema específico.

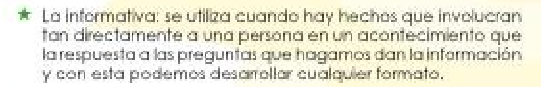


Con el reportaje deberás acudir a muchas fuentes de información; leer muchos documentos, pedir muchos testimonios de diversos puntos de vista, y así dar a conocer un hecho en todas sus dimensiones. Así que si te gusta la investigación esta será tu oportunidad de generar contenidos de gran interés.



La búsqueda de información te pondrá, en muchas ocasiones, ante la necesidad de preguntarles a personas que han presenciado los acontecimientos que quieres compartir. En este sentido, la entrevista se convierte en una herramienta fundamental para la recopilación de información. Hay varios tipos de entrevista, cada uno depende del objetivo que persigues. Revisa esta lista para que decidas cuál aplicar en cada caso:



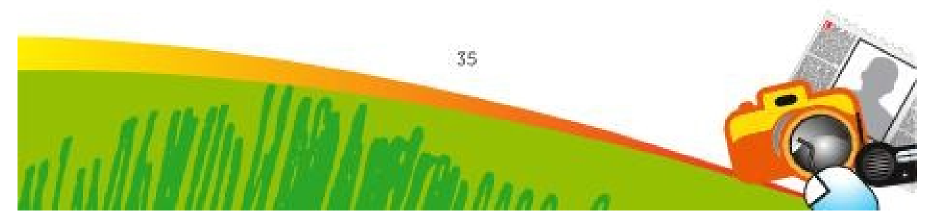


- La informativa: se utiliza cuando hay hechos que involucran tan directamente a una persona en un acontecimiento que la respuesta a las preguntas que hagamos dan la información y con esta podemos desarrollar cualquier formato.



- La de experto(a): sirve para profundizar en diversos temas mediante el conocimiento especializado de un(a) profesional sobre temáticas específicas. Por ejemplo, especialistas en cine para hablar sobre películas, o en economía para analizar el movimiento económico del país, etc.





7.2. Medios para difundir tus historias

Cómo lo vimos anteriormente, en el Centro PACO se puede aprender a desarrollar productos informativos para televisión, radio, prensa escrita e Internet. Aquí aprenderás cómo desarrollar piezas para cada medio y con cuáles elementos debes contar.

PARA hacer televisión no es indispensable que produzcas un noticiero. Puedes realizar programas de variedades, humor, entrevistas, incluso cortometrajes. Lo importante es que cuentes con el apoyo de tu escuela y así lograrás mejores resultados con tu proyecto.

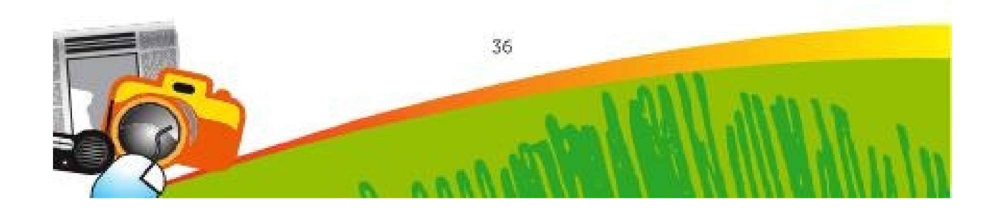
a. Televisión

Llegó a Colombia después de 1950 y ha tenido múltiples transformaciones a lo largo de su existencia. Al principio, los televisores eran de gran tamaño y no eran accesibles para todas las personas. Sin embargo, con el paso del tiempo, la televisión ha llegado a cada hogar y cuenta con espacios para el entretenimiento, la información y, en muchos casos, para la educación.



La televisión es un universo mágico, lleno de opciones para recrear historias reales o fantásticas que atrapen al televidente. Existen producciones de alto costo como películas, novelas, televisión real o *reality show*, pero también existen alternativas para incluir entre sus espacios nuestras historias locales.

Todo lo que ves en la televisión es posible de lograr, solo hay que esforzarse un poco, organizar muy bien el trabajo de producción y tener en cuenta los pasos y las necesidades para lograr una producción de calidad.



La televisión o el video generalmente involucran la participación de un equipo humano y técnico que ha sido formado para narrar historias por medios audiovisuales. Debes aprender sobre conceptos de fotografía para concebir la pieza que quieres desarrollar, pues el audiovisual no es más que la continuidad de imágenes con un propósito definido, grabada por el lente de una cámara.

Ten en cuenta que siempre puedes innovar a la hora de realizar un programa de televisión, sin embargo, aqui hablaremos de algunos formatos conocidos y que vemos a diario en nuestros hogares.

- Noticieros
- Revistas
- Dramáticos
- Cortometrajes
- Documentales
- Programas de entrevistas
- Crónicas para televisión
- Comerciales
- Programas investigativos
- Programas de deportes

SEA cual sea el formato que escojas para desarrollar tu producción, debes tener en cuenta que es un trabajo en equipo, que involucra la participación de otras personas y que debe contar con un tiempo determinado para su construcción. Hay formatos que puedes lograr en un solo dia, pero hay otros que duran más tiempo.

Cada formato tiene necesidades técnicas y humanas especiales. Por ejemplo, el noticiero deberá contar con la participación de reporteros que busquen hechos noticiosos, mientras que un dramático necesitará actores y un libreto con la historia que se va a contar.









Es el formato informativo más conocido del periodismo; expone hechos de actuales, veraces y de manera imparcial para mantener a las audiencias informadas sobre lo que pasa en la ciudad, el departamento, el país y el mundo. Un noticiero puede durar una hora o más dependiendo la cantidad de noticias que estén en la emisión. Puede ser diario, semanal o quincenal, según el público objetivo que vayamos a informar. Por ejemplo, existen empresas informativas que emiten hasta 3 noticieros en el día (mañana, mediodía y noche), pero hay otras que solo lo hacen los fines de semana.

Hay noticieros que se especializan en algunos temas específicos, por eso puedes ver noticieros deportivos, noticieros del espectáculo o noticieros sobre tecnología, entre otros.

Todo depende del informativo que te interese construir, de esta forma puedes escoger noticias relacionadas con el interés seleccionado.

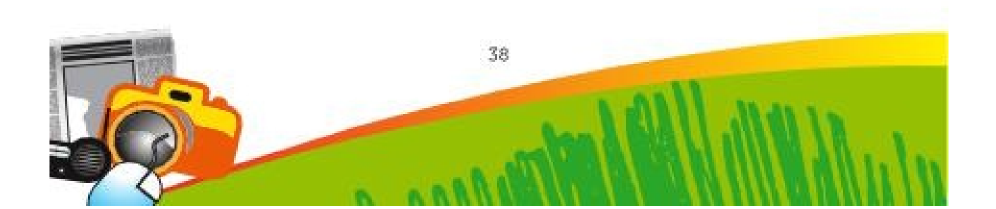
Generalmente consta de hasta tres personas que presentan el programa y se emite desde un set de grabación desde donde se transmiten las noticias.

Tal vez hayas visto en las mañanas los programas de variedades que se emiten en canales nacionales y algunos internacionales. Un magazine o revista es un programa que cuenta con un amplio mosaico temático en el cual se interactúa con invitados y se habla de temas variados que sean relevantes. Abordan informaciones sobre salud, moda, gastronomía, espectáculo, entre otras opciones.

Este es uno de los formatos más exigentes debido a la densidad de la investigación. Después de definir de qué va a tratar tu documental, deberás recorrer muchos lugares y entrevistar a muchas personas para contar la historia desde diferentes perspectivas. Recopila toda la información necesaria y usa tu creatividad para narrar mediante imágenes. Investiga otros formatos, tal vez, encuentres mejores opciones para contar tus historias audiovisuales.







Como ya conoces, existen cámaras para hacer fotografía y cámaras para hacer video o televisión, aunque hoy podemos las cámaras sirven para ambas cosas. Por eso tenemos más oportunidades a la hora de interesarnos por un producto audiovisual.

La televisión maneja diferentes dimensiones de resolución, es decir, la cantidad de cuadros que tiene una imagen para lograr mayor nitidez y claridad. Hasta hace unos años la televisión fue realizada en una resolución de 720 pixeles x 480 pixeles. Hoy, la televisión de alta definición se produce en 1920 pixeles x 1080 pixeles, lo que quiere decir que logra mayor amplitud y nitidez en sus imágenes.

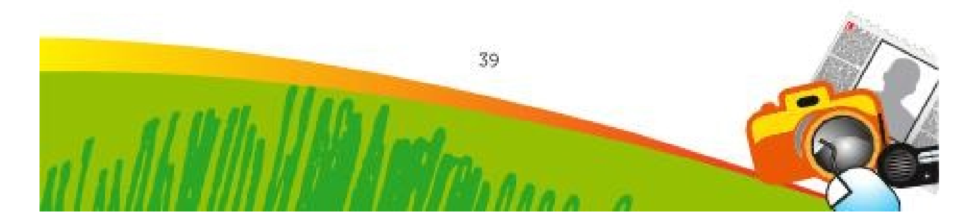
Existen cámaras de distintos precios, sin embargo, no necesitamos los equipos más costosos para lograr productos de alta calidad. Aunque la cámara es fundamental, no funciona sola. Siempre debe existir un equipo humano que realice la producción en sus diferentes aspectos. Para esto debemos tener en cuenta que, dependiendo el producto que nos interese construir, el equipo de producción puede variar. Por ejemplo, en un noticiero necesitaremos periodistas pero en un programa de entrevista necesitaremos personajes para conocer.

No obstante siempre hay un equipo humano que no varía; está formado por:

- Camarógrafos(as)
- Sonidistas
- Luminotécnicos(as)
- Maquilladores(as)
- Libretistas
- Productores(as)
- Directores(as)
- Editores(as)



Lo más importante es trabajar en equipo, apoyar a los demás y dar pasos de forma organizada. Así el producto estará listo en el tiempo adecuado y tendrá mayor calidad.



Cuando desarrollamos un producto para televisión o para radio debemos apoyarnos siempre en un guión, una hoja de ruta que nos permitirá establecer muy bien cuáles van a ser los momentos de nuestra producción. Para el caso de un programa de televisión, el guión nos permitirá saber el número de escenas, si son en locaciones interiores o exteriores, cuántos personajes participan, etc.

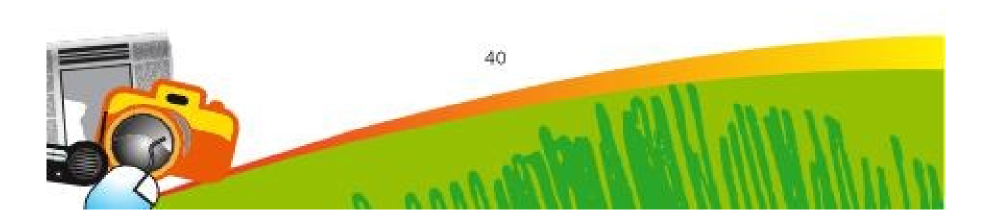
El guión es diferente del libreto, pues en el segundo se establecen los textos para los diálogos o locuciones.

Después de haber desarrollado la producción de nuestro programa de televisión, tendremos el material aún con diferentes errores que debemos corregir en la fase de edición. Este es un proceso que se realiza en un computador y lo hace una persona preparada para manipular el software específico. La edición es una etapa delicada pues debe estar muy bien organizada para no perder ningún insumo recogido durante la producción. En la edición deberás escoger las mejores imágenes logradas y así lograr la calidad del producto. Puedes hacer gráficos, usar fotografías, utilizar audios para complementar las notas periodísticas e incluso puedes hacer animaciones.

PARA la edición lo primero que debes hacer es digitalizar el material grabado en el caso de que hayas usado una cámara que usa cintas o casetes. Si grabaste en tarjetas de memoria puedes transferir el material directo al computador.

REVISA con cuidado el material para elegir cuáles partes quieres usar en la edición. Escoge lo que no tenga errores, con buen sonido y no muy extenso para agilizar tu producto y mantener cautiva la atención de tu televidente.

Este es un proceso que lleva un tiempo determinado según lo que desees hacer, por eso debes aclarar muy bien tus ideas y desarrollar un guión que te permita sacar provecho de los mejores insumos de tu producción.



b. Radio



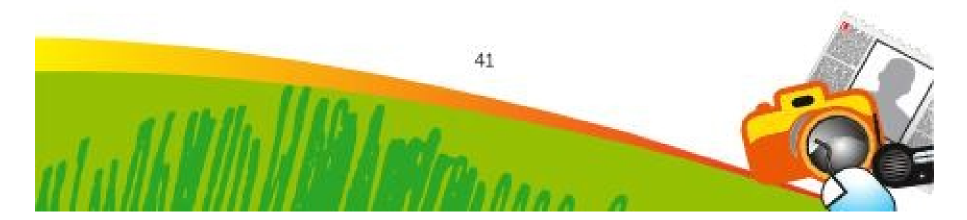
La radiofonía es uno de los medios informativos más antiguos y con mayor presencia en todo el territorio nacional. En nuestro país existen más de mil emisoras en frecuencias AM y FM. Durante muchos años la radio sirvió para mantener informados a las y los colombianos e incluso fue el medio por el cual muchos habitantes del país recibieron educación en las zonas rurales. En la actualidad, existen emisoras de cobertura nacional, departamental, municipal y comunitaria.

La radio tiene como aliada principal la imaginación de sus oyentes. Por medio de sonidos, melodías y otros elementos estimulantes, llega a diario a las personas que no tienen acceso permanente a la televisión u otros medios.

Hay emisoras musicales, informativas y juveniles, entre otras, que cuentan con diferentes productos radiofónicos. En muchos aspectos, en la radio también podemos construir formatos parecidos a la televisión si juegas con la música y las voces de locutores, personajes, actores e incluso efectos de sonido.



- Noticieros
- Programas de variedades
- Programas musicales
- Crónicas para radio
- Dramáticos
- Cuñas
- Entrevistas
- Transmisión de eventos
- Documentales



Al igual que la televisión, la radio ha evolucionado muchísimo. Aunque muchas veces se necesitan estudios de grabación para construir las piezas radiofónicas, a veces solo basta con una grabadora y un plan de trabajo.

Para realizar un programa de radio debes tener en cuenta que solo podrás apoyarte en los recursos auditivos, por tanto, muchas veces necesitarás usar efectos para crear la sensación de estar en un sitio diferente o en situaciones distintas. Por ejemplo, si quieres hacer un dramatizado para radio busca sonidos que permitan a quien escucha imaginarse en el sitio donde transcurre la historia.

Si al definir tu producto te inclinaste por usar un estudio de radio, puedes lograr formatos de gran calidad. Un estudio de radio es un lugar especialmente construido para registrar y transmitir programas de alto nivel, aislado del ruido ambiente. Incluso, allí se puede realizar la edición al tiempo que lo produces, es decir, mientras vas grabando puedes ir corrigiendo los errores y mezclando la música y los efectos.

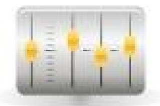
La radio ofrece un extenso abanico de posibilidades para informar de forma precisa, ágil y rápida. Puedes transmitir un evento desde un teléfono o mediante herramientas de Internet.

SIN embargo, si lo que quieres es construir una nota para radio, presta atención a la forma como narrarás el hecho para que no pierdas ningún elemento. En la radio como en cualquier otro medio, los testimonios de las personas que forman parte de una historia son fundamentales.

Para crear productos radiofónicos no necesitas extensos equipos humanos ni tecnológicos, puedes comenzar a trabajar con una grabadora de casete o digital. Al igual que en la televisión, la radio cuenta con un proceso de edición del audio, que se realiza en un computador para cortar la mayor cantidad de errores posibles, usar la mejor música para ambientar tu producto y construirlo de manera que sea corto y lo más completo posible.







Cuando desarrollas un producto radial organiza las secciones en un guión; en este medio también es la hoja de ruta que permitirá marcar muy bien cuáles van a ser los momentos de la producción. Por ejemplo, en un programa de entrevistas el guión permitirá saber cuánto tiempo hablarán las personas invitadas, cuándo se pondrá música, cuándo dejar oír a quien tienes al teléfono.

c. Prensa escrita

Es el medio de información por excelencia y el más antiguo conocido. Periódicos, revistas, pasquines, boletines y muchos otros impresos circulan en el mundo a diario informando a las sociedades acerca de temas de actualidad e interés general.

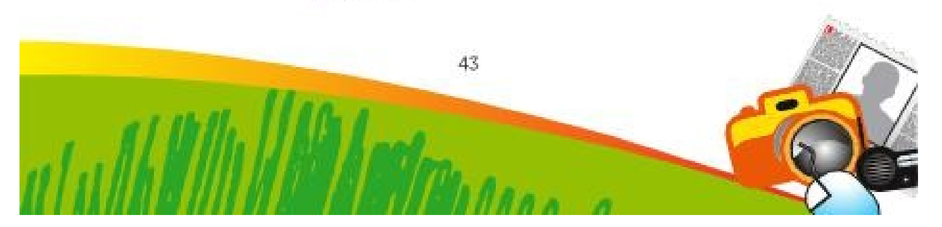


La prensa escrita cumplió un papel fundamental en la transformación de las sociedades a partir de la invención de la imprenta por Johannes Guttenberg cerca del año 1440. Antes, las copias de libros se hacían a mano por monjes y personas dedicadas a la réplica de estas publicaciones.

Sin embargo, años más tarde el papel fue determinante para modernizar nuestras sociedades y dar la oportunidad a todas las personas de acceder al conocimiento, es decir, a leer los libros y posteriormente la prensa escrita.

En la prensa puedes leer el resumen de los hechos, ver imágenes de lo ocurrido, y hacer un seguimiento de los eventos, según el caso. Cuando se habla de prensa escrita se incluyen los siguientes formatos:

- Periódicos
- Volantes
- Revistas
- Boletines



El apoyo visual de fotografías e ilustraciones es fundamental para que lectoras y lectores puedan entender mejor los hechos. Hay muchas formas de presentar una historia en prensa escrita, sin embargo, los principales géneros son:

- Noticia
- Crónica
- Reportaje
- Entrevista
- Reseñas
- Infografías
- Fotorreportajes

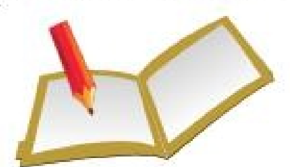
Cuando decidimos realizar un producto para prensa escrita hay que tener en cuenta que quien lo lea interpretará la información expuesta mediante la narración que hagamos en el texto. Por esta razón, es conveniente ser descriptivos a la hora de escribir sobre un hecho.

Como en los casos anteriores, al escribir una nota para prensa escrita es preciso responder las cinco preguntas básicas de la información: ¿Qué ocurrió? ¿Dónde ocurrió? ¿Quién dijo o quién estuvo? ¿Cuándo ocurrió? ¿Cómo ocurrió? ¿Por qué y para qué ocurrió?

Hoy no necesitamos una imprenta para desarrollar nuestros productos comunicativos escritos. Ahora es posible si cuentas con apenas un computador y una impresora. Esos recursos bastan para publicar noticias con alta calidad.

- Definir los temas
- Consultar las fuentes de información
- Fotografiar lo relacionado con el tema
- Redactar
- Diagramar
- Corregir

Este proceso es el equivalente al proceso de edición que se realiza en la televisión o en la radio. En esta etapa de nuestro periódico se da forma a nuestro producto con colores, fotografías, ilustraciones y otros elementos gráficos que agraden estéticamente al público.



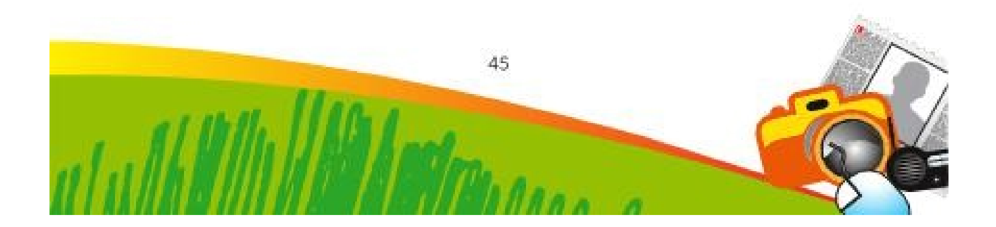


d. Internet


WWW

Además del apoyo a la disposición de los medios convencionales para distribuir nuestra información, sin contamos con Internet, una red que ha facilitado la construcción de canales y espacios para informar, interactuar y comunicarnos con el mundo. Existen herramientas en la WWW (*World Wide Web*) o Internet que son útiles y que reúnen en el escenario virtual a los niños, niñas y jóvenes.

Aquí conoceremos apenas algunas de las más conocidas: se trata de las redes sociales, nos ayudarán a difundir nuestros productos comunicativos, generar impacto y aumentar el alcance de nuestras piezas comunicativas.



TENEMOS la posibilidad de sumar nuestros conocimientos a los de otras personas al mejorar textos en *wikis* o escribir opiniones al editor de un contenido. En la Web 2.0 se habla de canales y cada uno presta funciones y utilidades diferentes. Muchos de estos canales dieron paso a lo que hoy se conoce como redes sociales. Por eso, cuando se piensa en Web 2.0, vienen a la mente de forma automática nombres como Wikipedia, Facebook, Twitter o Youtube. En nuestros Centros PACO aprenderemos sobre cinco canales que prestan una gran utilidad para construir y hacer difusión de contenidos en Internet.



Puede ser usado por personas, marcas o grupos de autores. El blog o bitácora es un espacio en Internet parecido a un cuaderno de apuntes o un diario digital. Quien crea y alimenta un blog es llamado bloguero(a) o blogger, y publicar un artículo o entrada se conoce como bloguear o blogging. Existen blogs personales, periodísticos, corporativos, temáticos, de fotos, de videos e incluso existen otros sin un tema específico.

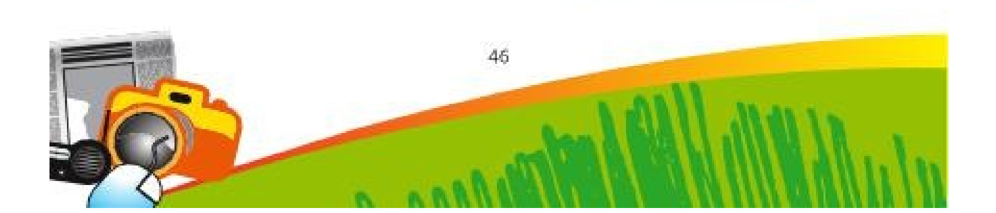
Es el canal más antiguo en la Web 2.0. Su principal funcionalidad en el momento de su creación fue el acceso: cualquier persona desde cualquier lugar del mundo podía construir y publicar un contenido en tiempo real y llegar a diferentes audiencias y grupos de personas, que a su vez podían retroalimentar y opinar sobre estos contenidos de manera instantánea.

Actualmente existen más de 152 millones de blogs en el mundo. Si quieres abrir un blog puedes escoger entre los siguientes sitios. Todos son gratuitos: blogger.com, wordpress.com y tumblr.com

Entre los posibles c de un blog es

- Información sobre temas que involucren a tu comunidad o a personas que tengan interés por tus temas.
- Opiniones sobre temas expuestos. Muchas personas buscan aportar sus ideas a otros usuarios.
- Vínculos de otras páginas u otros blogs que hablen de temas similares, así establecerás contacto con otros que puedan difundir tus contenidos.

LAS notas web deben ser cortas y precisas. Lo que se desea comunicar debe ser evidente desde la primera línea o párrafo. Precisión y claridad son principios fundamentales a tener en cuenta al preparar el contenido. Si tus párrafos son muy largos puedes perder fácilmente la atención de tu lector o lectora.



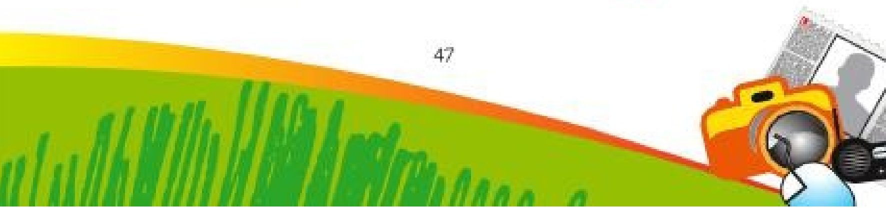


Posiblemente la red social más conocida alrededor del mundo. Cuenta con más de 600 millones de usuarios. Su dirección en Internet es www.facebook.com

El éxito de Facebook se basa en la interacción permanente que pueden lograr los usuarios y usuarias entre sí y consolidar sus propias redes de contactos. Permite además mantener una cercanía constante sin importar la distancia o las circunstancias. Cuenta con miles de utilidades que permiten diálogos dinámicos y conocer noticias del mundo. Recuerda que todo lo que publiques en Facebook puede ser visto por personas conocidas y desconocidas, así que elige muy bien lo que quieres compartir.



EN Facebook se puede participar de varias maneras: si es una persona, se puede crear un perfil; si es un conjunto de personas, se pueden establecer como un grupo; si es una iniciativa en particular o una causa, lo mejor es construir una página de comunidad; pero si es una marca o una institución, se recomienda crear una página o *fan page*. Por ejemplo, María Ramírez tiene un perfil, el Centro PACO de la región tendrá un grupo o una página de comunidad y una compañía de gaseosas una *fan page*.





Para muchas personas es la red social más compleja, para otras, es la más dinámica. Twitter permite compartir información en tiempo real pero solo de ideas principales, pues no permite profundizar en los temas. Su dirección es www.twitter.com

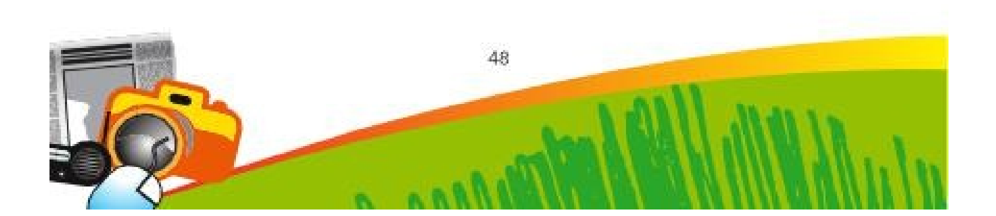
A diferencia de los blogs, en Twitter solamente se pueden hacer publicaciones de hasta 140 caracteres por cada entrada, esto se denomina "tweet", "tuit" o "trino". En esta red social puedes publicar información al momento de un acontecimiento mucho antes de la llegada de los equipos de periodistas de los medios de comunicación y a veces informar sobre lo que ocurre.

De igual forma permite a los usuarios seguir la actividad día a día de figuras públicas que crean perfiles para mantener un contacto permanente con sus seguidores. En Twitter comparten artistas, deportistas, líderes, empresas, y millones de personas más. Recuerda: lo que publiques en Twitter es visible para personas conocidas y desconocidas, así que elige muy bien lo que quieres decir.

Para usar Twitter toma en cuenta las formas para abreviar contenidos: son símbolos y nomenclaturas que rinden el espacio de 140 caracteres. También puedes insertar fotos y videos.

A la hora de escribir tweets ten en cuenta:

- Generar contenidos útiles que despierten interés en tus seguidores.
- Sé breve, escribe con precisión. Solo tienes 140 caracteres para comunicar.
- Puedes replicar información de otros, lo importante es estar pendiente de lo que allí se encuentra.
- Su actualización debe ser constante y sus respuestas más rápidas que incluso las dadas en Facebook, pues este es un canal que está basado en el principio de la inmediatez.





Creado en 2005, es el sitio más reconocido en Internet para compartir videos entre usuarios de todo el mundo. En la actualidad se ven 2 mil millones de videos en diarios en ese sitio web. Su dirección es www.youtube.com. Ahí se pueden exponer tus audiovisuales y compartirlos con otras personas en Internet.

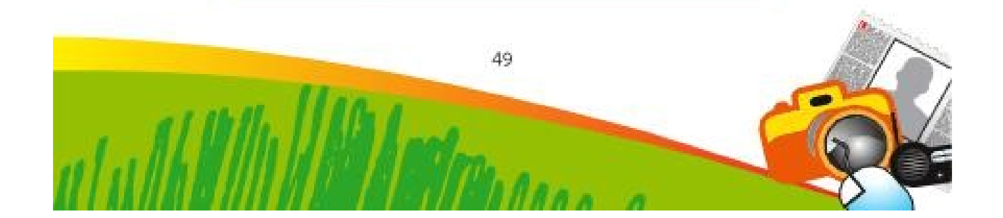
Esta va a ser una herramienta muy útil a la hora de compartir los trabajos audiovisuales, pues también se usa para difundir videos de opinión, musicales, etc.

A la hora de usar Youtube ten mucho cuidado, pues hay miles de pleitos legales entre usuarios y empresas por el desconocimiento de derechos de autor y políticas de comercialización en algunos productos. Por eso, antes de subir un contenido a Youtube, verifica que sus derechos de autor permitan hacerlo público, o si no, el video será bloqueado de inmediato.

En esta red social no se crean perfiles o páginas sino canales. Cada uno es un espacio privado de alguien o de algún grupo u organización. Se pueden subir videos en diferentes formatos, siempre que cumplan con las políticas de no mostrar imágenes violentas u obscenas.

Cuando subas tus videos a Youtube recuerda ponerle etiquetas, es decir, describirlo con palabras clave para que pueda ser ubicado más rápidamente. También indica dónde y cuándo lo grabaste y algún dato que consideres relevante.

El título del video es importante. Debe ser claro y conciso. Es recomendable que añadas una explicación sobre qué trata el audiovisual e hipervínculos (vínculos a otros documentos en Internet) para que quien lo vea comprenda su contexto.

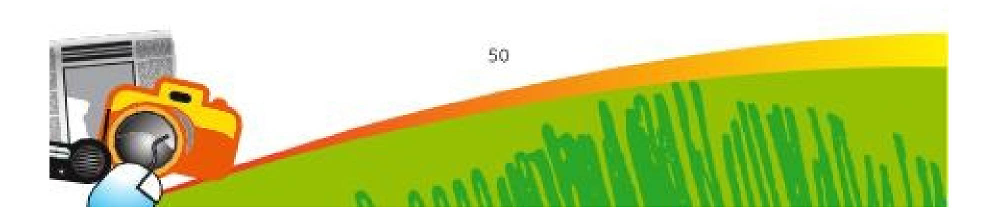


Flickr se especializa en contenidos visuales y es uno de los espacios más usados por fotógrafos profesionales y aficionados. Allí puedes aprender muchísimo sobre planos y fotografía. En esencia es un sitio que te permite compartir fotos. Flickr te da la posibilidad de subir videos, pero su fortaleza se encuentra en el tratamiento y exposición de imágenes. Su dirección es www.flickr.com

Al ser una galería fotográfica se convierte en un canal de interacción directa con los usuarios que despierta sensaciones de cercanía. Sin embargo, la frecuencia de actualizaciones varía.

Al usar Flickr ten en cuenta:

- Todas las fotos deben llevar un título claro. Si tu intención es solamente informar, debes escoger las fotos de manera que no se repitan y contenidos que sean concretos que no se parezcan entre sí.
- Etiqueta siempre. Si bien los usuarios disfrutan al ver fotografías, también es bueno saber quiénes aparecen o dónde fueron tomadas las fotos para involucrarse en la galería.
- Ten en cuenta que Flickr da la opción de reservarse todos los derechos de autor o dejar público el uso del material. Estas condiciones se aplican al momento de publicar sus imágenes.





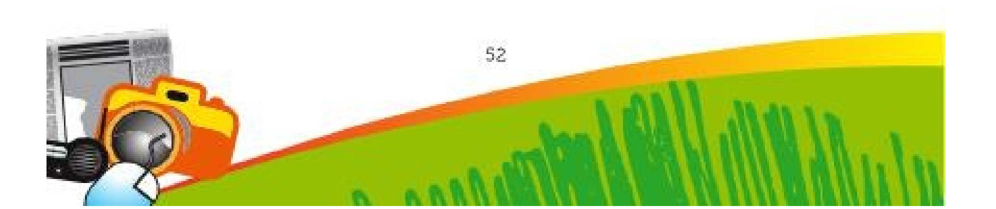


e. Comunicación

Es el proceso mediante el cual podemos intercambiar información entre seres humanos mediante lenguajes, símbolos e idiomas comunes. Con este proceso podemos construir conocimiento e interactuar con el mundo entero. Comunicar es diferente a informar, pues nos permite sintonizarnos con los demás. Al informar solo podemos exponer contenidos sin conocer los puntos de vista o las percepciones de otras personas.

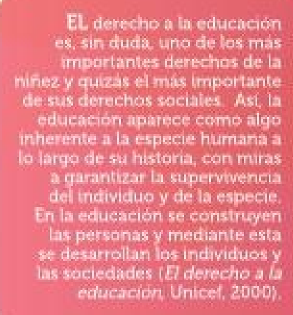


Un proceso de comunicación es real cuando el emisor transmite un mensaje al receptor y este a su vez responde y pasa a ser también emisor. Si el primer individuo transmite el mensaje y el segundo no responde, será simplemente un proceso de transmisión de información. Por esta razón, nuestro objetivo más importante siempre será el de generar opiniones para establecer una sintonía con nuestro entorno social.



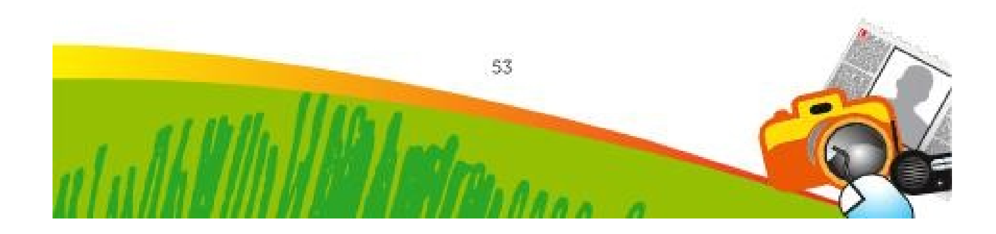
8. Tus derechos, posibilidades y recursos

La educación es un derecho de la persona y un servicio público con una función social. La educación posibilita el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. La educación formará a ciudadanos y ciudadanas en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia, así como en la práctica del trabajo y la recreación, el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y la protección del ambiente (Constitución Política de Colombia, Artículo 67).



EL derecho a la educación es, sin duda, uno de los más importantes derechos de la niñez y quizás el más importante de sus derechos sociales. Así, la educación aparece como algo inherente a la especie humana a lo largo de su historia, con miras a garantizar la supervivencia del individuo y de la especie. En la educación se construyen las personas y mediante esta se desarrollan los individuos y las sociedades (*El derecho a la educación*, Unicef, 2000).





La Convención Internacional sobre los Derechos del Niño (ratificada por Colombia) entiende la participación como el proceso de compartir las decisiones que afectan la vida propia y de la comunidad donde se vive. Afirma que no se puede esperar que repentinamente los niños, niñas y jóvenes se conviertan en adultos responsables y participativos a la edad de los 18 años, sin ninguna experiencia previa en las habilidades y responsabilidades que requiere la vida pública.

Sostiene que la participación no puede enseñarse como una abstracción y afirma que los niños, niñas y jóvenes deben y pueden ser ante todo actores con autonomía. Esto incrementa su sentido de control social y predicción sobre su entorno. También es clave para su bienestar (*Estrategia Hechos y Derechos. Seis Claves*, 2008).

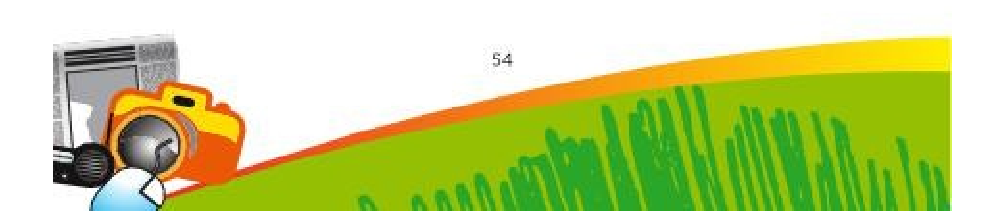
Es el derecho que tienen los seres humanos a participar en la vida publica de su comunidad. La ciudadanía debe ejercerse para garantizar que todos los procesos que ocurren a nuestro alrededor son para beneficio real de nuestra comunidad. Ser ciudadano es desarrollar identidad del territorio donde vivimos, con responsabilidad.

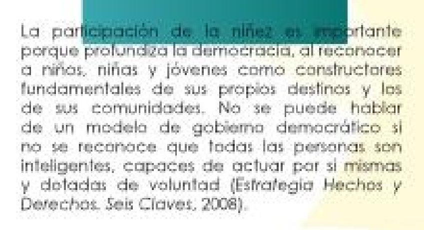
Es un grupo de seres humanos que conviven en un mismo espacio geográfico y comparten costumbres, valores y arraigos culturales. Por ejemplo, el barrio donde vives es tu comunidad, o también el municipio en general.

Son instrumentos por los cuales podemos informar y recibir información sobre hechos y noticias de actualidad. Se les denomina medios de información porque tienen la naturaleza de informar sin recibir retroalimentación alguna de los espectadores.

Existen medios de comunicación masivos e interpersonales. La televisión puede llevar la misma información a millones de personas en tiempo real igual que la radio. En cambio, el teléfono aunque es un medio de comunicación, solo permite la interacción de pocas personas, por tanto es interpersonal.

Actualmente las nuevas tecnologías de la comunicación y la información han permitido que los ciudadanos tengan contacto directo con los medios masivos de comunicación, quienes también logran ejercer cierta vigilancia y control de los contenidos que son publicados.





La participación de la niñez es importante porque profundiza la democracia, al reconocer a niños, niñas y jóvenes como constructores fundamentales de sus propios destinos y los de sus comunidades. No se puede hablar de un modelo de gobierno democrático si no se reconoce que todas las personas son inteligentes, capaces de actuar por sí mismas y dotadas de voluntad (*Estrategia Hechos y Derechos. Seis Claves*, 2008).



- ★ **PUEDES** usar los videos y piezas hechas por otros Centros PACO del país, para que tú y tus compañeros conozcan lo que pueden lograr.
- ★ Usa la cartilla de actividades para apoyar tus talleres. Los Centros PACO son la mejor oportunidad para aprender a difundir y expresar nuestras opiniones.

